

**Міністерство освіти і науки України  
Сумський державний університет  
Кафедра маркетингу та УІД  
Сумський регіональний центр  
інтелектуального розвитку  
Українська асоціація маркетингу  
Всеукраїнська спілка вчених-економістів**

**Збірник тез доповідей  
ІХ Міжнародної  
науково-практичної конференції**

**«МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ  
І ІННОВАЦІЙ У МАРКЕТИНГУ»**

**24-25 вересня 2015 року**

**Суми 2015**

Результатом такого аналізу буде комплекс стратегічних маркетингових рішень стосовно управління розвитком кожної з торгових марок портфелю компанії.

Так, наприклад до складу портфелю компанії ТОВ «Промислово-торговельна компанія Шабо», станом на липень 2015 року входить шістнадцять торгових марок. Враховуючі високий рівень конкурентної боротьби та певне державне регулювання цінової політики, протягом поточного року склад торгових марок даної компанії змінювався неодноразово – вводилися певні торгові марки та товарні категорії на ринок, тоді як від деяких довелося позбавитися. Приймаються такі рішення сьогодні дуже швидко, але мають бути дуже обґрунтованими, що потребує наявності певних якісних методик.

1. Длігач А.О. Принципи управління портфелем брендів / А.О. Длігач // Вісник національного торговельно-економічного університету. – 2006. – №3. – С. 25-31.

Голишева Є.О., Грищенко О.Ф.  
*Сумський державний університет*

## **МАПУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА<sup>1</sup>**

За сучасних умов факт володіння традиційними чинниками виробництва (капіталом, виробничими та людськими ресурсами) не є запорукою успіху та гарантією результативного функціонування підприємства. Важливою умовою стабільного і ефективного функціонування сучасного підприємства є володіння та управління інформаційними ресурсами. У свою чергу ефективне управління інформаційними ресурсами допомагає спростити процес виробництва та реалізації продукції, знизити ризики, протистояти змінам у зовнішньому середовищі, налагодити взаємодію з постачальниками, клієнтами, фінансовими та державними інститутами, партнерами тощо.

У процесі управління інформаційними потоками на підприємстві важливу роль відіграє описовий аспект, а саме виявлення та інтерпретація інформаційних взаємодій та взаємозалежностей у системі. З цією метою менеджери використовують різноманітні методики, серед яких і мапування інформаційних потоків.

---

<sup>1</sup> Робота виконувалася за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих на виконання науково-дослідної роботи на тему №0115U000687 «Фундаментальні основи управління розвитком інноваційної культури промислових підприємств»

Під поняттям мапування інформаційних потоків пропонується розуміти процес визначення, представлення та опису того, як формується, збирається та передається інформація у межах системи з урахуванням просторових і часових зв'язків та взаємозалежностей [1]. Слід зазначити, що у рамках мапування інформаційних потоків бізнес-процес одночасно аналізується у трьох вимірах (минуле; теперішнє; майбутнє) та звертається увага на конкретні ключові точки. Джерелом даних можуть бути як спеціально організовані дослідження (опитування, інтерв'ю, аналіз процесу), так і бази даних (статистична, дані про результати роботи тощо). Накопичені дані формують модель бізнес-ситуації, а також дають змогу визначити проблемні зони і, як результат, сформулювати систему заходів щодо вдосконалення бізнесу.

Розглянемо більш детально виміри мапування інформаційних потоків. Головним завданням виміру, що відображає минуле є опис історії та динаміки взаємодій і взаємовідносин у системі. Глибина виміру визначається цілями, які ставляться аналітиком. Ключовими точками виміру є ретроспектива бачення ситуації, що склалася, та причинно-наслідкові зв'язки. Сильні сторони аналізу, який базується на цьому вимірі: 1) заснований на даних, які фактично відбулися; 2) ідентифікує проблемні зони управління; 3) дозволяє аналізувати дані у динаміці; 4) показує періодичність розвитку явища; 5) описує процес за принципами системного підходу. У той же час цьому аналізу притаманні й певні слабкі сторони, а саме: 1) дані можуть бути не репрезентативними для всієї системи; 2) аналіз носить імовірнісний характер; 3) можливе суб'єктивне тлумачення ситуації дослідником; 4) отримані висновки та результати можуть бути неактуальними.

Вимір, що відображає теперішній час, описує реальну ситуацію в системі, надає інформацію про поточні взаємини і взаємодії в ній. Ключовими точками виміру є поточне бачення ситуації та негайна відповідь на можливі збої системи. Сильні сторони аналізу: 1) заснований на даних які відбулися в короткий період часу, тобто характеризують реальну дійсність; 2) забезпечує робочий простір для дослідження поточного стану системи; 3) оперативно ідентифікує проблемні зони управління; 4) дозволяє порівняти заплановані і досягнуті результати. Слабкі сторони аналізу: 1) дані можуть бути не репрезентативними для всієї системи; 2) аналіз носить імовірнісний характер; 3) суб'єктивне тлумачення ситуації дослідником; 4) аналізу притаманна висока трудомісткість.

Вимір, що описує майбутнє, спрямований на моделювання майбутніх взаємовідносин і взаємодій у системі з урахуванням

коригуючих дій і наявних прогнозів щодо тенденцій розвитку середовища. Ключовими точками аналізу є перспективне бачення та сценарії майбутніх взаємодій. Сильні сторони аналізу: 1) ідентифікує тенденції розвитку; 2) формує базис для прийняття рішень; 3) обґрунтовує стратегію розвитку; 4) формує ключові принципи розвитку об'єкта. До основних слабких сторін можна віднести такі: 1) прогнози є мінливими і нестійкими; 2) прогнози можуть не відображати тенденції розвитку всієї системи; 3) суб'єктивне тлумачення ситуації дослідником; 4) висока трудомісткість

Узагальнено роль мапування інформаційних потоків для бізнес-процесів, яка полягає в досягненні таких результатів: опис та інтерпретація інформаційних потоків між суб'єктами бізнес-процесів; формування інформаційної бази для ухвалення рішень.

1. Golysheva I. Information and information flows mapping as factors of the modern enterprise successful activity / I. Golysheva, O. Gryshchenko, Y. Nagorni // Економічний часопис - XXI. – 2014. - № 7-8. - С. 20-24.

Грозний І.С., Садова М.Є.  
*ПВНЗ «Європейський Університет»*

## **НЕОБХІДНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Стан дорожнього господарства має сьогодні стратегічне значення для відродження і розвитку макроекономічних зв'язків між регіонами України та іншими країнами. Сучасні економічні умови характеризуються високими темпами розвитку ринкових відносин, інтеграційних процесів, у тому числі міжнародних, що передбачає зростання рівня конкуренції в провідних галузях економіки, до яких відноситься будівництво, зокрема, дорожнє будівництво [1, 2].

Державна політика в галузі дорожнього будівництва дозволяє говорити про очікуване підвищення інвестиційної привабливості його об'єктів, у тому числі для іноземних підрядників, що загострює проблему посилення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, визначає необхідність підвищення економічної ефективності їх діяльності та якості виконуваних робіт і послуг як основних чинників конкурентоспроможності.

В науковій літературі на високому рівні досліджено основи технології дорожнього будівництва, основні техніко-технологічні методи виробництва робіт, технологія зведення земляного полотна з теоретичним обґрунтуванням способів транспортування, перемішування,